

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KESEJAHTERAAN HEWAN PELIHARAAN

Apriani¹⁾, Bobby Halim²⁾, Yosef Yulius³⁾

¹⁾²⁾³⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas IndoGlobal Mandiri

Jl Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang Kode pos 30129

Email : apriani.kimkim@yahoo.com¹⁾, bobby_dkv@uigm.ac.id²⁾, yosef_dkv@uigm.ac.id³⁾

ABSTRACT

Dog pets are very much in demand by the race breeds Society. But dog keepers are less responsible to the dog and less responsive to what is needed by the dog. This will lead to neglect of existing dogs that lead to violence against dogs. Lack of education and information. Dog keepers do not know the important things related. The existence of this design greatly facilitates the dog keepers neglect their dogs in terms of physical and mental as well as provide education to dog keepers in the care of his dog. In addition, the Design of Public Service Animal Welfare Service is expected to overcome the problems of abandoned dogs. These public service advertisement media designs are created using the flat display design style to make it more attractive and modern

Keyword: Dog pets, Neglected Dog, Public service announcements

1. Pendahuluan

Kesejahteraan hewan merupakan aspek penting yang mengacu pada kualitas hidup positif hewan tersebut. Hal ini terkait dengan kondisi fisik, psikologis maupun lingkungan tempat tinggal. *World Society for Protection of Animals* (WSPA) memiliki konsep kesejahteraan hewanyang dikenal dengan nama “*Five Freedom*” atau lima kebebasan. Lima kebebasan tersebut yaitu *freedom from hunger and thirst* (bebas dari rasa lapar dan haus), *freedom from discomfort* (bebas dari rasa panas dan tidak nyaman), *freedom from pain, injury, and disease* (bebas dari luka, penyakit dan sakit), *freedom from fear and distress* (bebas dari rasa takut dan penderitaan), serta *freedom to express normal behavior* (bebas mengekspresikan perilaku normal dan alami) (Abrianto, 2009).

Merawat hewan tidak hanya berupa pemberian makanan dan minuman namun juga harus diperhatikan kesehatan dan afeksi. *Neglected pet* atau hewan terlantar bisa diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu faktor internal (empati) yang menganggap hewan hanyalah sebuah benda bukan makhluk hidup, sehingga mereka tidak bisa menempatkan diri mereka dalam sudut pandang atau perspektif hewan, selain itu juga kurangnya rasa tanggung jawab yang berhubungan dengan minimnya pengetahuan kesejahteraan hewan. Lalu faktor lingkungan yang berkaitan dengan pola asuh dalam keluarga tentang penanaman budi pekerti tentang hubungan antar makhluk hidup. Faktor terakhir yaitu hukum yang mengatur masih sangat lemah mengenai kesejahteraan hewan, terutama pada anjing.

Faktor-faktor yang menyebabkan banyaknya anjing terlantar adalah karena seseorang bosan terhadap anjingnya, pemilik yang tidak mau merawat anjingnya yang sakit, keluarga yang baru saja memiliki seorang anak, anjing yang sudah tua dan tidak produktif lagi,

anjing yang ganas terhadap semua orang, dan lain sebagainya.

Hewan yang dibahas pada perancangan iklan layanan Masyarakat ini adalah anjing karena berdasarkan wawancara dan survei langsung yang dilakukan, sejak akhir tahun 2015 hingga awal tahun 2017 terdapat lebih dari 100 kasus mengenai hewan terlantar atau tindak kelalaian dalam merawat hewan peliharaan. Hal ini dikemukakan oleh Palembang Sahabat Satwa (PSS) yang merupakan tempat penampungan hewan terlantar yang berada di kota Palembang. Kasus ini meliputi tindakan pengabaian (tidak terurus) hewan peliharaan, baik dari pemberian makanan dan minuman, tempat tinggal, ataupun perawatan kesehatan.

Setiap minggunya, Palembang Sahabat Satwa mendapatkan laporan sebanyak 2-3 ekor mengenai hewan terlantar. Anjing merupakan hewan yang paling banyak dilaporkan dalam kasus hewan terlantar. Di tempat penampungan hewan ini terdapat kurang lebih 110 ekor anjing yang telah diselamatkan dari hidup terlantar dan belum sejahtera seperti anjing yang terluka, kurus, memiliki tubuh kurang terawat, dan lain sebagainya. Berdasarkan pengamatan penulis dalam kasus ini, tindakan yang dapat dilakukan pemerintah untuk membantu dalam kesejahteraan hewan adalah dengan memberikan bantuan baik berupa dana operasional dan penyediaan tempat bagi hewan-hewan terlantar tersebut.

Melihat banyaknya kasus hewan terlantar berdasarkan wawancara dan survei langsung yang dilakukan di Palembang Sahabat Satwa, penulis tertarik untuk merancang iklan layanan Masyarakat. Diperlukan adanya suatu media yang membangkitkan kesadaran akan isu ini sehingga dapat mengubah pola pikir Masyarakat ke arah yang lebih baik.

Pada perancangan iklan layanan Masyarakat ini, konsep iklan layanan Masyarakat yang akan dirancang yaitu sebuah iklan layanan Masyarakat yang

memberikan informasi mengenai pengetahuan kesejahteraan hewan peliharaan seperti pemberian makanan dan minuman, kesehatan, tempat tinggal, psikologis, serta hal-hal yang harus dilakukan dalam merawat hewan peliharaan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan.

Adapun rumusan masalah pada perancangan iklan layanan Masyarakat ini, yaitu bagaimana cara merancang media iklan layanan Masyarakat yang mampu meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan, terutama anjing, serta bagaimana cara merancang iklan layanan Masyarakat yang dapat memberikan informasi mengenai pengetahuan kesejahteraan anjing peliharaan.

Batasan masalah pada perancangan ini yaitu dengan memfokuskan pada hewan peliharaan, yaitu anjing, memberikan informasi mengenai pengetahuan kesejahteraan hewan peliharaan seperti cara merawat anjing dan peralatan yang diperlukan untuk merawat anjing, serta dibatasi pada wilayah kota Palembang dan usia 18-25 tahun sebagai target primer, serta usia 26-40 tahun sebagai target sekunder.

Tujuan perancangan ini adalah sebagai syarat kelulusan mahasiswa untuk mendapatkan gelar sarjana (S1), sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan dan mengurangi tingkat anjing terlantar, serta memberikan informasi mengenai pengetahuan kesejahteraan hewan peliharaan seperti anjing terkait hal-hal yang harus dilakukan dalam merawat hewan peliharaan tersebut.

Manfaat perancangan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan penulis tentang pentingnya kesejahteraan hewan peliharaan, meningkatkan kreativitas dan menambah wawasan penulis, Masyarakat semakin menyadari betapa pentingnya meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan, Masyarakat mendapatkan pemahaman mengenai kesejahteraan hewan serta hal-hal yang harus dilakukan dalam merawat hewan peliharaan, menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan dan sumber inspirasi dikemudian hari.

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan iklan layanan Masyarakat ini adalah dengan mengumpulkan data dalam bentuk wawancara, observasi, literatur, serta menggunakan metode analisis data dengan metode 5W + 1H (*what, why, who, when, where, + how*).

2. Pembahasan

Sebagai individu dan anggota Masyarakat seharusnya punya kepedulian terhadap kesejahteraan hewan (*animal welfare*) karena persoalan ini tidak hanya menyangkut terluka atau binasanya suatu kelompok hewan tetapi juga berhubungan dengan esensi manusia yang punya akal, pikiran, dan perasaan.

Cara untuk menilai kesejahteraan hewan dikenal dengan konsep "Lima Kebebasan" (*Five of Freedom*) yang dicetuskan oleh Inggris sejak tahun 1992. Definisi *animal welfare* atau kesejahteraan satwa adalah suatu keadaan fisik dan psikologi hewan sebagai usaha untuk mengatasi lingkungannya. Berdasarkan UU No.18 tahun

2009 *animal welfare* adalah segala urusan yang berhubungan dengan keadaan fisik dan mental hewan menurut ukuran perilaku alami hewan yang perlu diterapkan dan ditegakkan untuk melindungi hewan dari perlakuan setiap orang yang tidak layak terhadap hewan yang dimanfaatkan manusia (Broom, 2002: 4).

Mensosialisasikan anjing dengan manusia dan anjing lainnya merupakan bagian dari kesejahteraan hewan peliharaan. Dengan mensosialisasikan anjing pada manusia dan sesama anjing lainnya dapat membantu anjing tersebut untuk membentuk karakter yang bersahabat dan membuatnya bahagia, sehingga dapat mengurangi tekanan pada anjing serta dapat mengekspresikan perilaku yang normal dan alami.

Sesungguhnya permasalahan kesejahteraan hewan bukan semata untuk membela anjing dan mensejahterakan mereka. Namun merupakan agenda yang lebih luas dan jangka panjang, bagian paling mendasar dan lekat dengan keseharian tentang perilaku menghormati alam dan spesies di dalamnya. Bertindak adil dan bijaksana, bahwa manusia adalah bagian dari ekosistem alam yang saling bergantung. Bukan tidak mungkin, pendidikan mengenai kesejahteraan anjing bagi generasi muda saat ini akan menciptakan perubahan bagi alam semesta yang kerusakannya sedang berlangsung.

Animal welfare merupakan kunci bagi manusia menghormati spesies hewan dan *non-human animals* bahwa mereka juga punya kebudayaan, kecerdasan, emosi dan bagian dari ekosistem yang menciptakan keseimbangan alam.

Istilah Awareness (*raising*) campaign dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai kampanye kesadaran/kepedulian. Kampanye kesadaran/kepedulian merupakan suatu upaya yang dibuat secara terorganisir untuk mengubah sikap atau perilaku yang didasarkan pada kemampuan para pemangku kepentingan untuk mengkomunikasikan pesan ke berbagai khalayak dengan menggunakan berbagai pendekatan. (Richard Sayers, 2006:103). Peningkatan kesadaran dipahami sebagai kekuatan konstruktif yang memiliki potensi dalam melakukan suatu perubahan. Upaya meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap suatu topik atau masalah diperlukan untuk menginformasikan sikap, perilaku dan keyakinan Masyarakat dengan tujuan mempengaruhi mereka secara positif dalam pencapaian tujuan atau tujuan yang ditetapkan (Yulius, 2016:46).

Menurut data yang ada, terjadi banyak kasus pelanggaran kesejahteraan hewan di kota Palembang. Di kota Palembang sendiri masih jarang ditemui iklan layanan Masyarakat bertema *animal welfare*. Perancangan ini akan mengisi kekosongan iklan layanan Masyarakat *animal welfare* di Indonesia khususnya di kota Palembang dengan memperhatikan materi yang dibutuhkan oleh target sasaran. Melalui iklan layanan Masyarakat ini, diharapkan Masyarakat dapat berpartisipasi untuk meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan yang ada di kota Palembang.

Media merupakan alat penghubung yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan kepada orang lain.

Adapun tujuan media adalah sebagai penyampai pesan yang disalurkan kedalam media cetak atau media elektronik. Melalui media-media tersebut, bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai kesejahteraan hewan peliharaan khususnya untuk Masyarakat yang memelihara anjing.

Media utama merupakan media yang berperan sebagai media yang paling menonjol dan diutamakan dalam promosi produk/jasa itu sendiri. Pada media utama yang akan ditampilkan adalah video kehidupan anjing terlantar yang diselamatkan oleh seseorang. Media utama inilah yang akan digunakan untuk memberikan informasi kepada target sasaran. Halim (2016: 34) mengatakan, unsur-unsur atau unit-unit yang membangun struktur lahiriah dari film adalah 1) *Shot*, 2) *Scene* atau adegan, 3) *Sequence* (sekwens) atau babak, 4) *Totalitas*.

Media pendukung, yaitu sebagai media yang membantu media utama dalam promosi produk/jasa, agar dapat lebih dekat dan diterima oleh Masyarakat. Beberapa media pendukung diperlukan untuk keperluan perancangan ini adalah poster, brosur, buku panduan, *totebag*, *t-shirt*, stiker, mangkuk anjing, kalung anjing, botol minum, *kennel box*, dantali tuntun.

Adapun *headline* yang dipilih adalah "*Best Buddy*", *subheadline* yang dipilih adalah "*Friendship of Human and Dog*", serta *tagline* yang dipilih adalah "*Because We Love Dog*". Tujuannya untuk menjelaskan bahwa anjing merupakan hewan peliharaan yang setia dan bisa bersahabat dengan manusia.

Objek visual yang dipilih dalam perancangan ini adalah gambar seorang perempuan yang sedang duduk bersama seekor anjing *shihtzu*. Objek lain juga berupa maskot anjing *shihtzu*. Penggunaan anjing *shihtzu* dikarenakan jenis anjing tersebut merupakan salah satu jenis anjing yang banyak dipelihara. Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek seperti bola anjing, selain itu pengamatan juga dilakukan melalui data berupa gambar yang diperoleh dari media internet.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap objek bola, diperoleh bahwa bola merupakan mainan yang sangat disukai oleh anjing serta warna biru dan kuning merupakan warna yang dapat dibedakan oleh mata anjing, sehingga diperoleh warna-warna utama yang akan digunakan pada perancangan ini. Warna merupakan unsure yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, semangat, dan lain-lain (Kusrianto, 2009:47). Warna kuning memberikan respon optimis dan harapan, sedangkan warna biru memberikan respon kepercayaan.

Pemilihan tipe huruf atau *font* pada *headline* dan *subheadline* yaitu menggunakan jenis huruf "*detourDork*", yaitu tipe *font* yang sederhana dan mudah dibaca. Lalu pemilihan tipe huruf untuk *tagline* menggunakan tipe huruf "*Comic Sans MS*", yaitu tipe huruf yang jelas, sederhana, dan mudah dibaca. Sedangkan pada *bodycopy* akan menggunakan tipe huruf "*Anna*", yaitu tipe *font* yang kelihatan sederhana, namun

mengimbangi visual *headline* dan *tagline* agar dapat dimengerti oleh target sasaran.

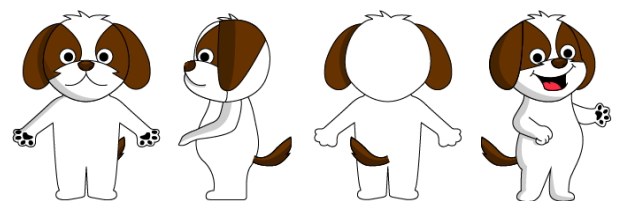
Perancangan ini terdiri dari sebuah media utama serta beberapa media pendukung untuk memberikan informasi kepada Masyarakat mengenai kesejahteraan hewan peliharaan agar dapat meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan, khususnya anjing.



Gambar 1. Logo

Logo Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini merupakan penggabungan dari sebuah lingkaran dan anatomi kepala anjing *shihtzu*. Lingkaran pada logo memberikan kesan sesuatu yang berulang secara terus menerus sehingga melalui logo ini diharapkan iklan layanan Masyarakat ini dapat bergerak secara terus menerus. Sedangkan anatomi kepala anjing *shihtzu* diambil karena anjing *shihtzu* merupakan salah satu anjing yang banyak dipelihara oleh Masyarakat.

Logo yang berwarna jingga ini memberikan respon kehangatan, keceriaan, dan kenyamanan. Pengambilan warna jingga pada logo ini diharapkan pada Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini mendapatkan respon yang hangat dari Masyarakat dan membawa keceriaan dan kenyamanan.



Gambar 2. Maskot

Maskot dari perancangan iklan layanan Masyarakat ini menggunakan karakter anjing *shihtzu*. Pemilihan anjing tersebut dikarenakan anjing *shihtzu* merupakan salah satu anjing yang banyak dipelihara, serta mengikuti objek pada logo. Warna yang digunakan pada maskot ini adalah warna putih dan coklat. Hal ini dikarenakan warna putih dan coklat merupakan warna dominan pada anjing *shihtzu* itu sendiri.



Gambar 3. Iklan Televisi

Pada *scene* pembukaan iklan televisi ini menampilkan jejak kaki anjing yang dibuat dengan *motion graphic*, lalu dilanjutkan dengan *time lapse* perkotaan yang menunjukkan bahwa video ini terjadi diperkotaan. Selanjutnya iklan televisi ini dilanjutkan dengan seekor anjing yang terlantar.



Gambar 4. Iklan Televisi

Pada isi iklan ini menampilkan bahwa masih ada orang yang peduli terhadap anjing yang terlantar. Di *scene* ini menampilkan seseorang yang sedang berjalan, lalu melihat seekor anjing yang terlantar. Ia merasa kasihan terhadap anjing tersebut sehingga membawanya pulang untuk dirawat. Hingga beberapa bulan kemudian, hidup anjing itu pun berubah menjadi lebih baik.



Gambar 5. Iklan Televisi

Pada bagian penutup ini menampilkan orang tersebut sedang memanggil anjingnya dan berjabat tangan, ini menunjukkan bahwa seekor anjing dapat hidup dan bersahabat dengan baik bersama dengan manusia.



Gambar 6. Analisis Data

Untuk desain infografis analisis data ini berukuran 21x59,4cm. Analisis data berperan untuk mencari data yang merupakan kumpulan data atau informasi sebagai materi untuk perancangan selanjutnya.



Gambar 7. Perancangan Media

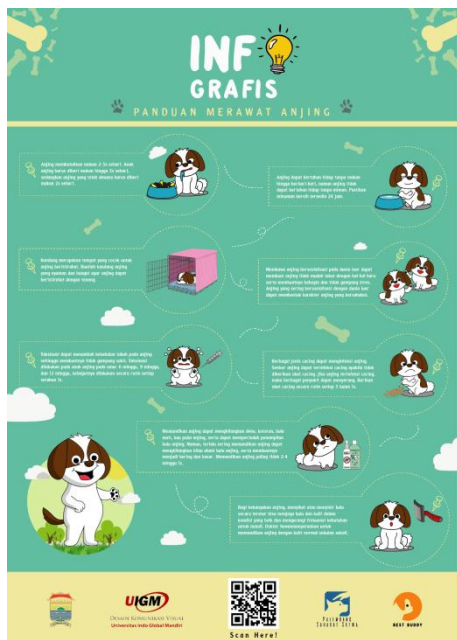
Sama seperti infografis analisis data, infografis perancangan media berguna sebagai acuan dalam

perancangan media-media yang diperlukan, mulai dari *pre-media*, *main media*, hingga *follow up media*. Ukuran infografis perancangan media ini adalah 21x59,4cm.



Gambar 8. Poster Utama

Pada media poster utama ini berukuran A1 yang menampilkan pesan dari seekor anjing yang dibuat pada *bodycopy* dengan cap kaki anjing sebagai tanda tangan dari anjing tersebut.



Gambar 9. Panduan Merawat Anjing

Pada poster panduan merawat anjing ini berisi tentang cara-cara merawat anjing. Poster ini merupakan salah satu media pendukung dalam Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini. Ukura pada media poster ini adalah A2.



Gambar 10. Capture Video

Poster *capture video* merupakan media yang menampilkan cuplikan-cuplikan video yang telah dibuat dalam perancangan iklan layanan Masyarakat ini dengan ukuran media A2.



Gambar 11. Konsep Logo

Pada poster konsep logo ini berisikan penjelasan tentang konsep sebuah logo yang telah dibuat untuk Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini. Ukuran Poster ini adalah 21x59,4cm.



Gambar 12. Konsep Maskot

Poster konsep maskot ini berisikan penjelasan tentang konsep dari maskot yang telah dibuat untuk perancangan iklan layanan Masyarakat ini dengan ukuran media 21x59,4cm.

Pada poster *timeline media* ini berukuran A2 yang menjelaskan tentang bagaimana penyebaran media-media yang telah dibuat untuk Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini.



Gambar 14. Brosur



Gambar 13. Timeline Media

Brosur digunakan untuk menyampaikan pesan kepada Masyarakat tentang kesejahteraan hewan peliharaan. Ukuran media ini adalah A5 dengan dua lipatan.



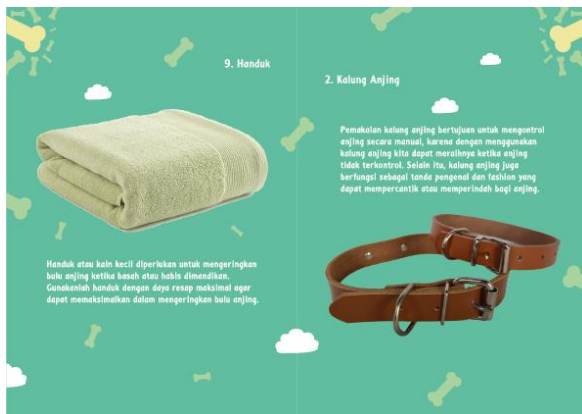
Gambar 15. Cover Buku Panduan



Gambar 16. Buku Panduan Halaman 1 dan 10



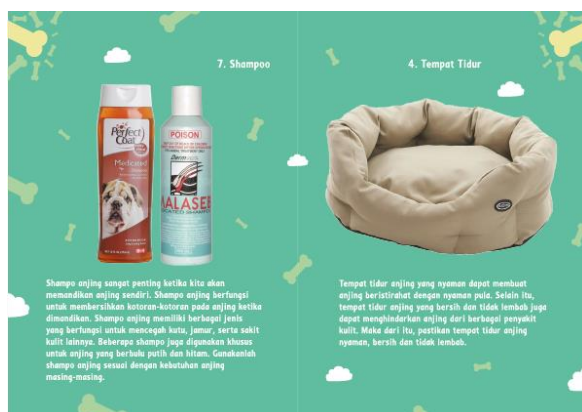
Gambar 20. Buku Panduan Halaman 5 dan 6



Gambar 17. Buku Panduan Halaman 2 dan 9



Gambar 18. Buku Panduan Halaman 3 dan 8



Gambar 19. Buku Panduan Halaman 4 dan 7

Media buku panduan pada perancangan ini digunakan untuk menjelaskan peralatan apa saja yang diperlukan untuk merawat anjing. Media ini berukuran A5 dengan 10 halaman.



Gambar 21. Totebag

Totebag merupakan media yang digunakan untuk membawa barang belanjaan. Pada media ini menampilkan *headline*, *subheadline*, dan *tagline* pada bagian depan, serta maskot, logo dan *barcode* pada bagian belakang *totebag*. Ukuran *totebag* ini adalah 30x40cm.



Gambar 22. T-Shirt

T-shirt merupakan media yang paling banyak digunakan untuk menyampaikan informasi. Pada *t-shirt* ini menampilkan *headline*, *subheadline*, dan *tagline* pada bagian depan, serta maskot, logo dan *barcode* pada bagian belakang.



Gambar 23. Stiker

Stiker merupakan media komunikasi dan promosi yang banyak digunakan untuk sesuatu yang bersifat promosi ataupun menyampaikan pesan. Pada stiker ini menampilkan *headline*, *subheadline*, *tagline*, *maskot*, logo, dan *barcode* dengan ukuran media 5x6cm yang menggunakan stiker transparan.



Gambar 24. Mangkuk

Mangkuk merupakan peralatan yang diperlukan anjing sebagai tempat makan dan minum. Ukuran mangkuk ini adalah 6x19cm dengan bahan plastik. Pada media ini menampilkan *headline*, *subheadline*, *tagline*, *maskot*, logo, dan *barcode*.



Gambar 25. Botol Minum

Botol minum berfungsi untuk membawa air minum untuk anjing ketika bepergian bersama anjing. Botol minum ini berukuran 13x21cm dengan isi 380ml. Media ini menampilkan *headline*, *subheadline*, *tagline*, *maskot*, logo, dan *barcode*. Selain itu, botol minum ini juga menampilkan ilustrasi seekor anjing dengan mangkuk yang berisi air minum.



Gambar 26. Kalung Anjing

Pemakaian kalung anjing berfungsi untuk mengontrol anjing secara manual, karena dengan menggunakan kalung anjing kita dapat meraihnya ketika anjing tersebut tidak terkontrol. Selain itu, kalung anjing juga berfungsi sebagai tanda pengenal bagi anjing tersebut. Kalung anjing ini berbahan kulit dengan ukuran 2x42cm, serta buah kalung anjing yang berbentuk tulang dengan ukuran 3x5cm yang menampilkan *maskot*, *headline*, serta logo.



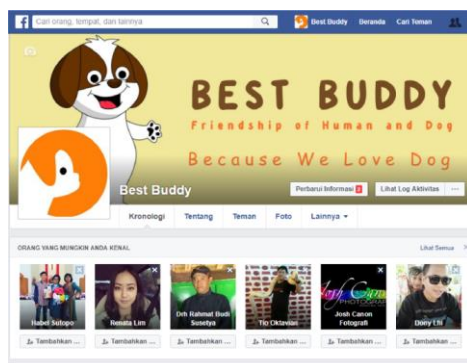
Gambar 27. Tali Tuntun

Tali tuntun berfungsi untuk membawa anjing jalan-jalan sehingga pemilik anjing dapat mengontrol anjingnya agar anjing tersebut tidak kabur ketika diajak keluar rumah. Tali tuntun anjing ini dapat mencapai panjang hingga 3 meter. Ukuran tali tuntun ini adalah 11x16cm dengan bahan plastik. Tali tuntun ini menampilkan *headline*, *subheadline*, *tagline*, *maskot*, logo, dan *barcode*.

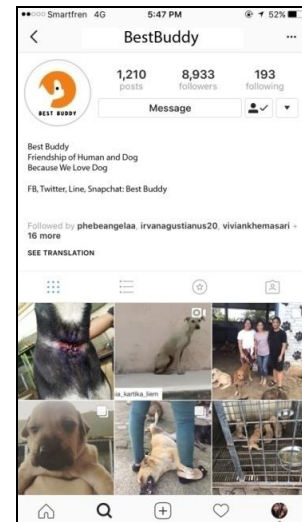


Gambar 28. Kennel Box

Kennel box berfungsi untuk membawa anjing bepergian. Membawa anjing dengan menggunakan kennel box ini bertujuan agar anjing tersebut dapat duduk diam dan tidak berpindah-pindah tempat. Selain itu, membawa anjing akan lebih aman dengan kennel box. Ukuran kennel box ini adalah 50x35x35cm yang menampilkan headline, subheadline, tagline, maskot, logo, dan barcode.



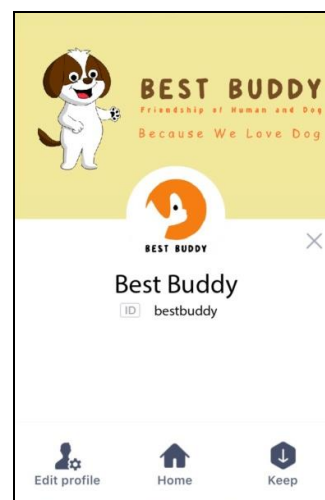
Gambar 29. Media Sosial Facebook



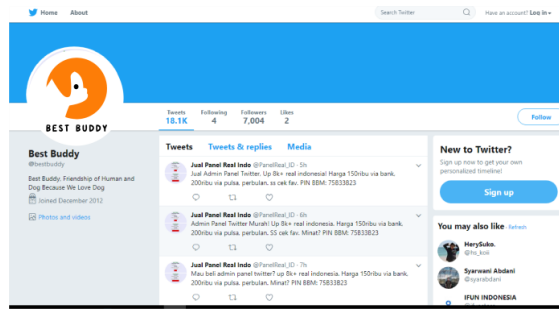
Gambar 30. Media Sosial Instagram



Gambar 31. Media Sosial Snapchat



Gambar 32. Media Sosial Line



Gambar 33. Media Sosial Twitter

Media sosial merupakan media *online* di mana para penggunanya dapat dengan mudah berbagi informasi atau menyampaikan pesan. Pengguna media sosial di Indonesia sangatlah banyak, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Penggunaan media sosial pada perancangan ini adalah berguna untuk menyampaikan informasi kepada Masyarakat mengenai kesejahteraan hewan peliharaan. Diharapkan dengan adanya media sosial ini dapat sangat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaan.

3. Kesimpulan

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang Masyarakatnya banyak menyukai anjing, namun tidak semua orang yang menyukai anjing mampu merawat anjing dengan baik. Sebagian diantaranya hanya suka bermain bersama anjing, tapi tidak suka merawat anjing. Selain itu, banyak juga diantaranya yang tidak mengerti bagaimana cara merawat anjing dengan baik.

Pada Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan ini memberikan berbagai informasi yang perlu diketahui oleh pemilik anjing sehingga mampu mengurangi kasus anjing yang terlantar. Anjing juga merupakan makhluk hidup yang berhak untuk hidup dengan layak, maka dari itu rawatlah anjing yang kita miliki agar anjing tersebut dapat hidup dengan layak dan tidak terlantar.

Pada perancangan ini dibutuhkan media untuk mengkampanyekan mengajak Masyarakat untuk merawat anjingnya, dalam perancangan ini dipilihlah media yang dirasa mampu mengajak Masyarakat untuk merawat anjingnya, yaitu media elektronik dan media cetak sebagai Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan.

Dari permasalahan yang ada, peran pemerintah dan Masyarakat tidak bisa dipisahkan untuk mengurangi masalah anjing terlantar, upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan Masyarakat harus berjalan beriringan dan harus saling mendukung. Salah satunya dengan cara membangun strategi Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan melalui media komunikasi yang sifatnya *persuasif* dalam mempengaruhi Masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas, serta bagaimana membangun kesadaran Masyarakat mengenai pentingnya kesejahteraan hewan peliharaan.

Daftar Pustaka

- B, Sukarman. 2006. Estetika. *Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Makassar*.
- Broom DM, Johnson KG. 1993. Stress and Animal Welfare. *Chapman and Hall ISBN 0412395800*.
- Broom DM. 2002. *Concepts in Animal Welfare*. Published by WSPA.
- Kusrianto, Adi. 2009 *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra. Yogyakarta
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Abrianto. <http://duniasapi.com/kesejahteraan-hewan>
- Farah, Risma. <http://library.umn.ac.id/eprints/802/3/Risma%20Farah%20Gita-bab1.pdf>
- Ellia interview. 2017. "Interview Hewan Terlantar". Jl. Sukabangun II.
- Yulius, Yosef, 2016. Peranan Desain Komunikasi Visual Sebagai PendukungMedia Promosi Kesehatan. *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, UIGM. Palembang.
- Halim, Bobby, 2016. Kajian Semiotika Pada Iklan Televisi OLX.co.id Bekas Jadi Berkah. *Jurnal Seni Desain dan Budaya*. UIGM. Palembang.